

# Indice

	<b>Presentazioni</b>	II
<b>I.</b>	<b>Introduzione</b>	17
<b>2.</b>	<b>La struttura del mercato radiofonico e il peso delle emittenti locali</b>	21
2.1.	Organizzazione del settore e struttura dei costi	21
2.2.	Articolazione dell'offerta radiofonica in Italia e in Lombardia	25
<b>3.</b>	<b>L'articolazione dell'ascolto radiofonico e il peso della componente locale</b>	31
3.1.	Articolazione dell'ascolto radiofonico	31
3.2.	Articolazione dell'ascolto radiofonico nelle province lombarde	39
3.3.	Evoluzione delle caratteristiche dell'ascolto radiofonico in Italia e in Lombardia	41
<b>4.</b>	<b>Il mercato pubblicitario e il peso delle emittenti locali</b>	49
4.1.	Struttura ed evoluzione del mercato pubblicitario in Italia: il peso dell'investimento radiofonico	50
4.2.	Il mercato pubblicitario in Italia: il peso della componente locale	50
4.3.	Il mercato pubblicitario locale in Lombardia	55

4.4.	Il mercato radiofonico locale in Lombardia: caratteristiche dell'offerta e percezione della domanda pubblicitaria	59
4.5.	Le opportunità di investimento nella radio locale	69
<b>5.</b>	<b>Organizzazione e articolazione dell'offerta radiofonica locale</b>	<b>75</b>
5.1.	Le risorse della radio locale: frequenze e impianti	76
5.2.	Le risorse della radio locale: composizione dei ricavi	81
5.3.	Organizzazione della produzione e struttura dei costi	83
5.4.	Caratteristiche del palinsesto: peso e ruolo dell'offerta di informazione	88
5.5.	Il rapporto fra radio locali e istituzioni	97
<b>6.</b>	<b>Quadro di regolamentazione e politiche di sostegno alle radio locali in Italia</b>	<b>101</b>
6.1.	Il panorama dell'emittenza radiofonica in Italia	102
6.2.	Limiti di proprietà e concentrazione nel sistema dell'emittenza radiofonica	104
6.3.	La regolamentazione in materia pubblicitaria e gli obblighi di investimento da parte degli enti pubblici	105
6.4.	Le forme di finanziamento pubblico	106
<b>7.</b>	<b>Confronto internazionale: il settore radiofonico e il peso delle emittenti locali</b>	<b>113</b>
7.1.	Il settore radiofonico nel Regno Unito	114
7.2.	Il settore radiofonico in Francia	125
7.3.	Il settore radiofonico in Spagna	135
<b>8.</b>	<b>L'innovazione tecnologica nel settore radiofonico</b>	<b>147</b>
8.1.	Radiodiffusione digitale: standard e soluzioni	147
8.2.	Lo sviluppo della radio digitale nei maggiori paesi europei	149
8.3.	Innovazioni tecnologiche e utilizzo del web: il caso delle emittenti radiofoniche locali in Lombardia	156

<b>9.</b>	<b>L'offerta radiofonica locale nelle province lombarde</b>	<b>161</b>
9.1.	Provincia di Brescia: analisi dell'offerta e approfondimenti con opinion leader e istituzioni	161
9.2.	Provincia di Milano: analisi dell'offerta e approfondimenti con opinion leader e istituzioni	174
9.3.	Bergamo	185
9.4.	Como	189
9.5.	Cremona	191
9.6.	Lecco	194
9.7.	Lodi	197
9.8.	Mantova	199
9.9.	Pavia	202
9.10.	Sondrio	208
9.11.	Varese	209
<b>10.</b>	<b>Conclusioni</b>	<b>215</b>